

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media televisi bagi pariwisata suatu daerah yang sangat diperlukan. Video iklan adalah sebuah media pemasaran yang dapat mencakup 5 unsur multimedia, yaitu: video, teks, gambar, animasi, dan suara. Pemanfaatan animasi pada video terkadang memberikan daya tarik sendiri.

Magelang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Secara administratif, Kabupaten Magelang di bagi menjadi 21 kecamatan dan terdiri dari 372 desa/kelurahan, salah satunya adalah Kecamatan Dukun. Bukit Gununggono termasuk pariwisata baru di Kabupaten Magelang Kecamatan Dukun desa Banyubiru. Untuk saat ini media yang dipakai untuk mempromosikan wisata adalah media cetak seperti koran dan brosur, serta postingan media sosial wisatawan yang datang. Untuk meningkatkan dan memperluas promosi pariwisata yang baru dibangun ini dibutuhkan media lainnya seperti iklan televisi.

Oleh karena itu, peneliti menganalisis dan membuat iklan televisi menggunakan teknik *motion graphic* dengan harapan dapat meningkatkan promosi melalui media televisi/digital dan media sosial yang dapat membantu memberikan informasi serta gambaran singkat tentang pariwisata baru Magelang yaitu Bukit Gununggono. Dengan dibuatnya iklan ini diharapkan lebih banyak

pengunjung yang datang dan pariwisata bukit Gununggono semakin dikenal masyarakat luas pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana membuat iklan televisi menggunakan teknik *motion graphic* untuk promosi wisata Bukit Gununggono ?

1.3 Batasan Masalah

Dengan tujuan untuk memfokuskan pembahasan ini, dibatasi ruang lingkup multimedia yang lebih kecil, yaitu :

1. Hasil penelitian ini akan berbentuk video iklan berdurasi \pm 1 menit.
2. Video ini dibuat dengan penerapan teknik *motion graphic*.
3. Penelitian hanya membahas pada teknik pembuatan iklan, sesuai dengan apa yang sudah diinformasikan pada objek.
4. Penelitian hanya membahas pada tahap produksi iklan dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut.
5. *Software* yang digunakan yaitu: Adobe After Effect CS6, Corel Draw X6, Adobe Premiere CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe Audition CS6.
6. Iklan akan ditayangkan pada televisi lokal dan media sosial seperti; instagram dan youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan iklan wisata Bukit Gununggono menggunakan teknik *motion graphics* dan teknik pendukung seperti *live shoot*, *split screen*, dan *time lapse*.
2. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Membantu meningkatkan promosi pada pariwisata Bukit Gununggono agar dapat dikenal oleh masyarakat luas pada umumnya.
4. Mendukung kebutuhan media promosi pada wisata Bukit Gununggono.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan video iklan televisi dengan menggunakan berbagai software.
 - b. Menerapkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA secara langsung.
2. Manfaat bagi pariwisata Bukit Gununggono
 - a. Menambah media promosi pariwisata Bukit Gununggono.

- b. Memperkenalkan pariwisata Bukit Gununggono yang merupakan wisata baru di Kabupaten Magelang kepada masyarakat.

3. Manfaat bagi ilmu Pengetahuan

- a. Diharapkan skripsi ini bisa menjadi bahan bacaan dan referensi untuk orang lain.

1.6 Metode Penelitian

Peneliti menjabarkan cara-cara memperoleh data-data yang digunakan untuk kebutuhan penelitian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang akurat dan relevan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya satu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Maka dari itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian, yaitu :

1. Teknik Observasi

Metode observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya.

2. Teknik Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah secara langsung dengan kepala desa Banyubiru untuk mendapatkan data yang diperlukan.

3. Teknik Kepustakaan

mengumpulkan data dengan membaca buku-buku yang relevan untuk membantu dalam menyelesaikan dan juga untuk melengkapi data yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.

4. Pengumpulan Data Arsipan (*archival*)

Pengumpulan data dengan pengumpulan dokumen-dokumen yang telah ada untuk dilakukan analisa.

1.6.2 **Analtsis**

Mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan dalam iklan televisi sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

1.6.3 **Perancangan**

Perancangan sebuah iklan sangat diperlukan untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Iklan tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga tahap yaitu proses praproduksi, proses produksi, dan proses pasca produksi. Dalam tahap praproduksi ini adalah aktifitas sebelum iklan diproduksi secara nyata juga melakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat iklan, seperti membuat naskah narasi, membuat storyboard, hingga menganalisis teknik produksi yang akan diterapkan dalam pembuatan iklan. Selanjutnya tahap produksi yang dilakukan dengan membangun iklan sesuai dengan naskah yang telah dibuat, seperti pembuatan grafis, pembuatan suara narasi, dan pengambilan gambaran berupa video. Selanjutnya adalah melakukan tahap pasca produksi, yaitu *compositting* dan *editing* yang didalamnya dilakukan proses *rendering* dimana

project file akan di *export* menjadi bentuk file video agar dapat disiarkan televisi dan media sosial seperti Instagram dan Youtube.

1.6.4 Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah video iklan ke televisi, instagram dan youtube untuk ditayangkan. Tahap ini meliputi pengoreksian dan penayangan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas masalah-masalah yang mendasari penelitian, yaitu teori yang ada kaitannya dengan penelitian, yang menguraikan secara umum tentang pengetahuan dasar dan teknologi yang mendukung pembuatan iklan televisi untuk media informasi dan promosi, seperti konsep dasar iklan.

BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang perancangan iklan dan proses editing serta pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik *motion graphics* pada iklan Pariwisata Bukit Gununggono dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang kesimpulan dan saran.

